

УДК 658.8,658.26,332.8

О. Ю. САМЧЕНКО

СТИМУЛЮВАННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ З ВРАХУВАННЯМ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СПОЖИВАЧІВ ЕНЕРГІЇ

В статті проаналізовано характеристики споживачів енергії, які впливають на їх ставлення до заходів з енергозбереження в залежності від виду помешкання. На основі проаналізованих даних було визначено особливості методів стимулювання енергозбереження для різних груп споживачів енергії.

The characteristics of energy consumers influencing their attitudes to energy efficiency measures, depending on the type of accommodation were analyzes in the paper. Based on the analyzed data, special features of the complex of energy efficiency stimulation methods for different groups of energy consumers were defined.

Ключові слова: енергозбереження, споживачі енергії, особливості споживачів енергії, стимулювання енергозбереження.

Стрімке зростання цін на природний газ, починаючи від 2004 року, поставило міські теплопостачальні підприємства у вкрай скрутне становище – вони вимушені неухильно підвищувати тарифи на теплопостачання на тлі зниження його якості, що призводить до зростання боргу населення перед теплопостачальними підприємствами і, відповідно, боргів теплопостачальних підприємств перед газопостачальними організаціями. З іншого боку, основні споживачі теплової енергії в українських містах – бюджетні та житлові будівлі – є вкрай неефективними, середні показниками енергетичних характеристик будівель складають 200-250 кВт.*год/ кв. м на рік [1, с.36-37; 2, с. 50-51; 3, с.44], що в 4 рази вище від стандарту енергоефективної будівлі за нормативами енергоспоживання ЄС (бл. 60 кВт.*год/ кв. м на рік) [4], а значить, теплозабезпечення цих будівель традиційною комунальною енергетикою вимагає спалювання величезних обсягів паливно-енергетичних ресурсів.

©Самченко О. Ю. – асистент Національного університету «Львівська політехніка»

Досягнути зменшення споживання енергії в житлово-комунальному господарстві, базуючись на принципах маркетингу, можна, залежно від мети впливу на попит, двома шляхами: зменшуючи попит на енергію або паливно-енергетичні ресурси (демаркетинг) та/або збільшуючи попит на заходи з енергозбереження (стимулюючий і розвиваючий маркетинг).

На думку Й.М. Вольбурга [5, с.174] цілеспрямоване зменшення попиту неможливе, якщо не провести сегментацію ринку, правильний вибір цільових сегментів та позиціонування. Цю тезу підтверджують також дослідження А. Шумана [6, с.513] і К. Вілкінсона [7, с.264], які продемонстрували різне ставлення до паління цигарок у курців і не курців, у жінок і чоловіків.

Аналогічно для збільшення попиту на енергозберігаючі технології і прилади, слід добре розуміти потреби контактних аудиторій. Відповідно, для формування комплексу методів стимулювання енергозбереження в житловому господарстві населеного пункту слід провести сегментування споживачів енергії. Таке сегментування допоможе виявити особливості поведінки та вподобань споживачів енергії.

За ознаку сегментування ми пропонуємо прийняти місце проживання та поділити споживачів на чотири групи: мешканці квартир в багатоквартирному будинку, які обслуговує ЖЕК; мешканці квартир в багатоквартирному будинку, які обслуговує ОСББ; мешканці приватних будинків та мешканці житла спеціального призначення (гуртожитки, комунальні квартири). З метою визначання особливостей кожного сегменту нами було проведене анкетування, під час якого було опитано 560 осіб з різних міст Західної України: по 140 з кожної групи. Отримані результати з ймовірністю 95% та гранично допустимою похибкою 30%, є адекватними. Відповідні результати перевірялись t-критерієм Стьюдента та хі-квадрат критерієм.

Цілями статті є проведення аналізу індивідуальних особливостей споживачів енергії відповідно до місця їхнього проживання, а також розроблення рекомендацій щодо формування методів стимулювання енергозбереження в житловому господарстві.

Для проведення сегментування споживачів ми розробили анкету, яка складається з двох частин: в першій частині запитання націлені на визначення загальних характеристик споживачів енергії: середній вік споживачів; дохід домогосподарств; джерело енергії, яку використовують споживачі; витрати на енергію; потреба в утепленні помешкань тощо.

Проаналізовані дані з першої частини анкети дозволяють зробити висновок, що характеристики споживачів енергії, що проживають в різних типах помешкань, дещо відрізняються між собою. Так, наприклад, цікавим фактом є те, що серед мешканців квартир, які обслуговує ЖЕК субсидії отримують 5% сімей, а серед мешканців приватних будинків – 24%. З даними Державної служби статистики України у січні-листопаді 2013 року за субсидіями для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг звернулось 1627,1 тис. сімей [8, с.3].

Слід відзначити, що заборгованість населення з оплати житлово-комунальних послуг у всіх регіонах України постійно збільшується і на кінець січня 2014р. становила 13568,0 млн. грн., середній термін заборгованості населення за всі послуги склав 2,6 місяця. При цьому найбільший відсоток сімей (29,3%), у яких борг 3 місяці і більше, мають борги саме за централізоване опалення та гаряче водопостачання [9, с.2].

Найбільший відсоток споживачів, які намагаються економити енергію є серед мешканців приватних будинків – 86%, найменше – серед мешканців житла спеціального призначення. Це можна пояснити тим, що здебільшого жителі гуртожитків оплачують певну фіксовану місячну квартирну плату, яка не залежить від кількості використаної енергії. Таким чином, ця група споживачів енергії не має чітких стимулів до економії енергії.

Щодо джерел енергії, яку використовують мешканці для опалення помешкань результати опитувань стверджують, що переважна більшість квартир, які обслуговує ЖЕК (73%) та ОСББ (64%), а також житла спеціального призначення (100%) оснащені системою централізованого тепlopостачання. Мешканці приватних будинків використовують індивідуальне опалення (газ – 100%), а також додатково електроенергію (5%) та дрова (5%). Слід відзначити також той факт, що 36%

квартир, які обслуговує ОСББ, використовують індивідуальне опалення, з яких 9% квартир отримують теплову енергію з будинкових котелень. При цьому витрати на енергію мешканців квартир, які обслуговує ОСББ складають 27,3% від сукупного доходу сім'ї, в мешканців квартир, які обслуговує ЖЕК – 14,2%, а в мешканців житла спеціального призначення – 9,6%.

Найбільш зацікавлені в економії енергії жителі приватних будинків та мешканці житла спеціального призначення (рис. 1).

Друга частина анкети націлена на визначення індивідуальних особливостей та вподобань споживачів енергії та складається з низки запитань, які визначають особливості споживачів енергії у відношенні до здійснення покупок, екології, новітніх технологій, відношення до власного здоров'я та окремі вподобання споживачів.

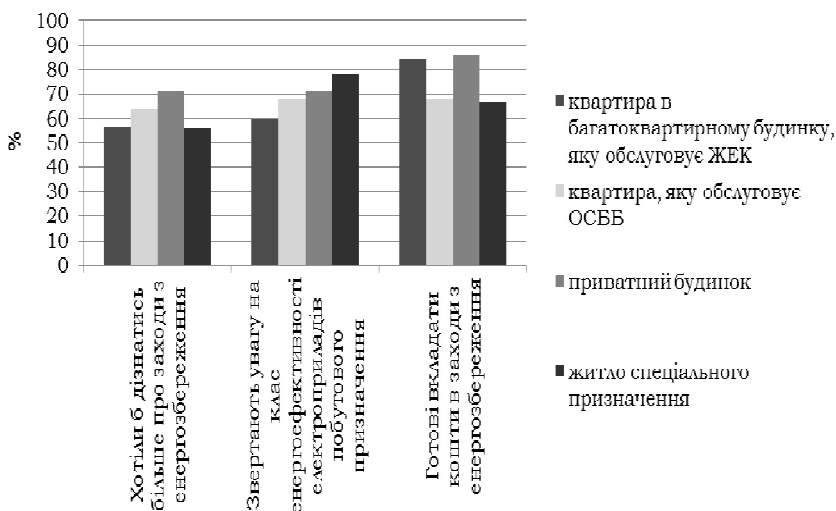


Рис. 1. **Зацікавлення споживачів енергії економією енергії**

Аналізуючи відношення споживачів енергії до якості товарів (рис. 2), можна зробити висновок, що для всіх груп споживачів енергії якість товарів, є доволі важливим фактором при виборі товарів, за яку вони готові витратити більшу суму. Особливої уваги приділяють торгівій марці жителі приватних будинків.

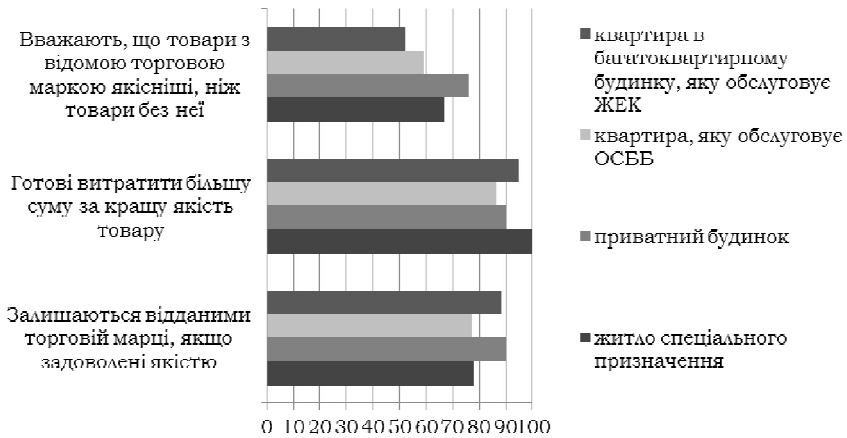


Рис. 2. Відношення споживачів енергії до якості товарів

Одночасно споживачі демонструють різні підходи до процесу здійснення покупок (рис. 3).

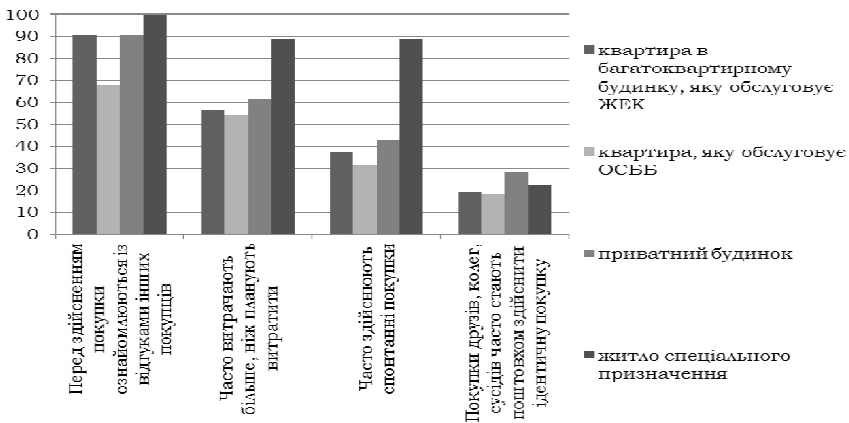


Рис. 3. Підходи здійснення покупок споживачами енергії

90% мешканців квартир, які обслуговує ЖЕК, та приватних будинків перед здійсненням покупки ознайомлюються з думками інших покупців, в той час як серед мешканців

квартир, які обслуговує ОСББ цей відсоток становить 68%. Здебільшого всі споживачі енергії можуть передбачити свої витрати, проте мешканці житла спеціального призначення в 89% випадків витрачають більше, ніж планували витратити. Ці ж споживачі часто здійснюють спонтанні покупки – у 89% випадків. Найменш схильні до необдуманих рішень мешканці квартир, які обслуговує ОСББ – лише 32% з них стверджують, що здійснюють спонтанні покупки. Також переважно всі споживачі купують товари за необхідності. Проте, 29% жителів приватних будинків наслідують покупки своїх друзів, колег чи сусідів, що корелює з їх ставленням до відомих марок як якісніших.

Порівнюючи з 2007 роком [10, с.11], коли рекомендації колег та інших людей впливали в середньому лише на 30% всіх покупок, варто відзначити, що позитивний досвід одного споживача тепер суттєвіше впливає на рішення інших про покупку.

Розвиток технологій дозволяє робити техніку, яка споживає менше енергії виконуючи той самий обсяг роботи. У цьому аспекті результати дослідження невтішні, оскільки мало споживачів приділяють увагу тому щоб мати сучасну техніку: найбільше серед всіх груп – жителі приватних будинків (33%).

Поширення технологій та нових знань залежить від соціальної активності людей. Дж. Коулмен доводить [11], що здатність об'єднуватися в групи для реалізації спільних інтересів є особливо важливою не тільки для економіки, але і для інших суспільно важливих аспектів людської діяльності. Безумовно, підвищення енергоефективності багато-квартирного будинку не можливе без взаємодії його мешканців (рис. 4).

Аналіз даних про соціальну активність споживачів енергії свідчить, що найбільш залежні від зовнішньої думки – мешканці житла спеціального призначення (44%), найменше – мешканці квартир, які обслуговує ОСББ (9%).

Таким чином, для жителів квартир, які обслуговує ЖЕК, при формуванні методів стимулювання енергозбереження, в першу чергу, необхідно показати як зміниться ситуація із тарифами на енергію в найближчі декілька років та зробити акцент та вигодах/втратах від використання заходів енергозбереження. Враховуючи те, що більшість жителів

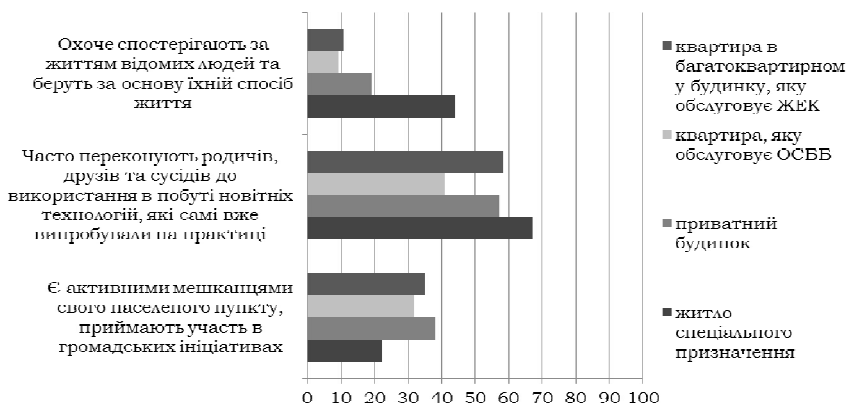


Рис. 4. Соціальна активність споживачів енергії

квартир, які обслуговує ЖЕК, використовують централізоване опалення та не володіють додатковими коштами для заощаджень, при розробленні методів стимулювання енергозбереження необхідно робити акцент на недорогих заходах, які легко встановлюються та дають можливість заощаджувати енергію при централізованому теплопостачанні. Це, наприклад, встановлення в квартирах терморегулюючих вентилів на радіаторах та лічильників споживання теплової енергії.

Жителі квартир, які обслуговує ОСББ схильні до заощаджень, мають низьку соціальну активність, уникають кредитів та співвідносять показники «ціна - якість». Ці всі факти наводять на висновок, що стимулювання енергозбереження серед цих споживачів необхідно проводити централізовано – через ОСББ. При цьому слід робити наголос на можливостях заощадити кошти при використанні заходів з енергозбереження.

Жителі приватних будинків потребують визнання зовнішньою аудиторією. Це слід врахувати при формуванні методів стимулювання енергозбереження для цієї групи та робити наголос на моді та престижі використання передових енергоощадних технологій.

Значною перешкодою до стимулювання енергозбереження жителями житла спеціального призначення в даному випадку

є фіксована плата за житло, яка не залежить залежно від кількості спожитої енергії. Тому, надавачам такого житла необхідно передбачити певні технічні обмеження щодо можливості споживання енергії.

Отже, особистісні характеристики різних споживачів енергії відрізняються між собою. Тому для досягнення найбільшої ефективності від застосування методів стимулювання енергозбереження слід враховувати особливості кожної з груп споживачів енергії. Подальші дослідження будуть присвячені визначенню впливу окремих методів стимулювання енергозбереження на споживання енергії різними групами споживачів енергії, а також визначенню результативності кожного з методів.

Бібліографія

1. **Муніципальний енергетичний план м. Івано-Франківська на 2012–2015 pp.**/ [Кобилюх О., Карий О., Мавко П. та ін.]. – Івано-Франківськ – Львів, 2011. – 143 с.

2. **Муніципальний енергетичний план м. Кам'янець-Подільського на 2012–2015 pp.**/ [Кобилюх О., Карий О., Мавко П. та ін.]. – Львів – Кам'янець-Подільський, 2011. – 135 с.

3. **Муніципальний енергетичний план міста Чернівці на 2012–2015 pp.**/ [Кобилюх О., Карий О., Мавко П. та ін.] – Чернівці-Львів, 2011. – 127 с.

4. **Directive 2010/31/EU** of the European Parliament and of the Council of 19 May 2010 on the energy performance of buildings. – Режим доступу до публікації: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:153:0013:0035:EN:PDF>

5. Wolburg J.M. The need for new anti-smoking advertising strategies that do not provoke smoker defiance / Wolburg J.M. // Journal of consumer marketing. – 2004. – № 21. – P. 173–174.

6. Schumann A. **Attitudes towards smoking policies and tobacco control measures in relation to smoking status and smoking behaviour** / Schumann A., Ulrich J., Thyrian R. and other// European journal of public health. – 2006. – № 16. – P. 513–519.

7. Wilkinson C. **Mapping Australian public opinion on alcohol policies in the new millennium** / Wilkinson C., Room R., Livingston M. // Drug and alcohol review. – 2009. – № 28. – P. 263–274

8. **Про надання населенню субсидій у листопаді 2013 року.** – Київ: Державна служба статистики України, 2013. – 24с.

9. **Про оплату населенням житлово-комунальних послуг у січні 2014 року.** – Київ : Державна служба статистики України, 2014. – 24 с.

10. Матвиенко Ж. **Бренд: за что мы платим?** / Матвиенко Ж. // Отдел маркетинга. – 2007. – № 3. – С. 11–13.

11. Coleman J. S. **Social Capital in the Creation of Human Capital** / J.S. Coleman // American Journal of Sociology. – 1988. – Nr. 94. – P. 95-120.

Рецензент: д.е.н., професор Павлов В.І.

УДК 338

С. С. СКАКОВСЬКА

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РЕКРЕАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

У статті розглядається система управління рекреаційним потенціалом з визначенням складових елементів, та наявністю причин виникнення проблем функціонування даної системи.

In the article the system of recreational potential of the definition of the constituent elements and the presence of the causes of problems in functioning of the system.

Ключові слова: туристично-рекреаційний потенціал, системний підхід, рекреація, система.

Актуальність дослідження. У сучасному світі відпочинок, рекреація, туризм, оздоровлення – є найвищою соціальною цінністю. Україна володіє значними природними та культурними ресурсами природно-заповідного фонду, які створюють основу для розвитку туризму та рекреації відповідної території. Нині потенціал рекреаційних ресурсів України використовується недостатньо, з 9 млн га потенційно придатних ландшафтних ресурсів використовується для всіх

© Скаковська С.С. – старший викладач Національного університету водного господарства та природокористування